

# Research on the Current Situation of School-Enterprise Cooperation on Customized Class in Tourism Management within Colleges

## —Take S Customized Class as an Example

Yuting Quan, Tingting Zeng

Department of Business Administration, Business School, Nanfang College of Sun Yat-sen University, Guangzhou Guangdong  
Email: qyuting@126.com

Received: Aug. 2<sup>nd</sup>, 2017; accepted: Aug. 16<sup>th</sup>, 2017; published: Aug. 24<sup>th</sup>, 2017

---

### Abstract

School-Enterprise cooperation is an important practice of industry-specific cooperation. This paper, based on the customized class of tourism enterprises, aims at the problems of students and enterprises: the lack of job mentality drop, lack of resources, lack of cooperation between schools and enterprises, and so on, and make in-depth analysis and corresponding suggestions. Combined with practical cases and students' psychological demands to describe the existing contradictions and give suggestions. To make up for the shortcomings of the existing research case analysis, and provide a cooperation model for other institutions.

### Keywords

School-Enterprise Cooperation, Customized Class, Tourism Enterprise

---

# 高校旅游专业校企合作定制班现状研究

## —以 S 定制班为例

全玉婷, 曾婷婷

中山大学南方学院商学院工商管理系, 广东 广州  
Email: qyuting@126.com

收稿日期: 2017年8月2日; 录用日期: 2017年8月16日; 发布日期: 2017年8月24日

## 摘要

校企合作的定制班是目前产学合作的重要实践。本文针对旅游企业的定制班面临的学生与企业方面的问题：择业心态落差、资源投入不足、校企合作深度不够等，进行了深入分析和相应建议。结合实际案例和学生心理诉求对现有矛盾进行描述并给出建议。弥补现有研究案例分析不足的缺陷，也对其他院校的合作模式提供参考。

## 关键词

校企合作, 定制班, 旅游企业

Copyright © 2017 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 研究背景

校企合作是目前产学合作的前提，也是教育开展的重要实践[1]。然而目前校企合作的典型代表——定制班结果却是喜忧参半。

不同行业与不同模式下的定制班效果有明显差异[2]，随着目前高校教育的改革和学生个性化需求的突显，定制班的效果也存在企业与学生利益差异、实践质量不高、定制化合作深度不足等情况[3]。为总结校企合作定制班的经验，分析相应不足，本文以 S 定制班的具体案例来探讨目前旅游行业定制班面临主要问题。

## 2. 研究意义

科技的发展和时代的进步，让我们的现有知识体系在以前所未有的速度迭代更新。旅游企业作为传统服务行业，在可持续发展的政策保护和全球庞大的市场需求下，成为第三产业的重要经济支柱。但是旅游从业人员的素质教育和人才培养却一直存在着供需矛盾。一方面旅游企业急需大量具有丰富经验和知识技能的高级管理人员，另一方面一线旅游从业人员却由于待遇缺乏竞争力，低门槛，少培训而大量流失。因此只有极少数人员可以经历从一线到高管的升职途径。这也导致了旅游企业希望从高校直接得到具有管理才能综合素质的应届毕业生。

校企合作的定制班成为很好的实践平台和模式，很多高校也有设立。根据“校企合作”和“定制”两个主题交叉检索，中国知网有 145 篇同主题文章阐述相关问题。相比其他主题数量较为稀少，但近年来一直快速增多。研究主要涉及各学校针对个别企业设立相应定制班的目的和效果说明。由于不同行业不同学校采用的合作模式差异，未能有标准版成功模型，多为举例说明。本文通过案例阐述具体问题并分析成因，为其他院校企业提供参考。

## 3. 案例简述

本文的案例是以一家酒店康乐设施为主要营业收入的旅游企业。采用人才培养型模式，管理属于学校与企业双主体，契约型合作机制[4]。通过分析定制班从设立选拔到培训完成的整体经过，分析发现目

前校企合作的实际问题和经验。

### 3.1. 定制班运行模式

#### 3.1.1. 成员招收

S 定制班是由 S 企业与高校进行校企合作开展的。希望通过定制化培训更加符合 S 企业需求的员工。定制班成员经由培训 - 实习 - 就业的流程进入 S 企业。因此在招募前期是面向旅游专业大一新生, 由 S 企业主导, 在旅游专业内面试选拔。成员选定后, 和普通班级一样竞选新的班委开展班级活动。

#### 3.1.2. 成员培养

S 定制班采用的模式是双方主导的人才培养模式。方式是开设了一门定制班课程。上课时间是连续 4 个学期, 该课程安排由校企双方互相沟通后制定, 课程由企业直接指导培训。校方安排指导教师统筹整体进展和日常问题。该门课程为班级成员限选课程, 包含若干学分。学习时间跨越大一下学期到大四毕业。培训内容包括 S 企业的主要架构、企业文化以及企业的主营业务——酒店、餐饮、康乐, 每个学期主推 1 项。通过实地操作了解掌握企业三大主营业务的具体流程和服务标准, 并在培训结束后对实践结果进行考核。

#### 3.1.3. 成员就业

定制班同学会在课程培训内容结束后, 在大四下学期开始前通过双向选择面试后前往企业实习 6 个月。实习期结束后学生与企业通过双向选择, 签署就业协议。由于旅游企业本身的专业规划就是要让大四同学在前期尽早完成课程, 之后寻找实习和实践。因此定制班同学可以利用这段时间前往企业参加顶岗实习。

### 3.2. 存在问题

#### 3.2.1. 定制班成员的集体凝聚力较弱

定制班的招收是在专业内进行, 打破了原有班级限制, 扩大了招生范围, 但也减少了同学的班级归属感。特别是在 90 后学生个体意识突显, 集体意识减弱的情况下, 不利于班级建设和活动开展。定制班同学在日常学习生活中还要参与原有专业的班级活动或者自发参与的活动, 参与定制班活动的时间相对缺乏, 集体凝聚力和荣誉感相对较弱。

#### 3.2.2. 培养周期较长减弱了实习倾向

S 定制班的培养模式能够让学生在 4 个学期的时间中对于企业有着深入了解, 但是同样也会让学生对于 S 旅游企业的新鲜感减弱, 认为相关内容已经基本掌握, 不想再在企业中继续实习锻炼。这种培养效果边际递减的规律在很多服务行业也有体现。另一方面在整体培训过程中相应同学在加入定制班后很担心是否要强制在 S 企业实习, 这会限制他们的就业选择。同时 S 企业也是在多个院校开展了此项定制班计划, 校企双方总体都是 N 对 N 的策略, 双方互选, 相互匹配获得最佳结果。但这种多方撒网的结果会造成资源不集中的情况, 双主体多方管理的结果反而容易陷入集体困境[5]。

#### 3.2.3. 成员的企业忠诚度不高

现有学生在就业后存在需求和现实无法匹配的矛盾, 希望有更大的选择权和上升空间, 但是单一企业无法在短期内满足这一要求。现有的培养模式下, 仅仅通过定制班培训无法解决忠诚度的问题, 会有实习过程中成员流失的情况。企业虽然通过 N 对 N 的策略能够保障实习生的数量问题, 但定制班学员在培训期实习期流失的现象无法避免, 会对培训效果产生不小的影响。旅游企业的人才流失率较高一直是行业痛点。工作技术壁垒低, 从业人员素质参差不齐, 行业进入门槛低都是短期内无法解决的问题。

## 4. 现状分析

下面从企业和学生两方面分析现有定制班面临问题的原因分析。

### 4.1. 学生方面

#### 4.1.1. 择业心态落差

定制班同学不希望参加此培训班就限定了实习或者就业机会,也有些同学在培训过程中发现酒店康乐类旅游企业不是自己未来的就业方向而中途选择退出。应届大学生会面临的就业难的环境,在招募时期的大一新生看来,并不是他们的主要问题。虽然就业时期学校的号召是先就业再择业,但是应届毕业生在找工作期间还是希望能够获得心仪的岗位,并且寻找最多的可能。因此对于已经参与的项目觉得丧失了新鲜感,对于就业方向的限制也存在一定的排斥心理。这种择业心态对校企合作的模式带来了挑战。

#### 4.1.2. 实训“含金量”不高

在部分定制班学生看来,S旅游企业培训过程中教导的服务技能含金量还不够高。短期培训也能达到相应效果,不需要专门通过定制班长期学习。甚至有些同学认为本科教育和专科教育在专业技能的培养方面没有太大不同。在企业的学习过程中,岗位技能较少,学生可以迅速掌握,而缺乏耐心和时间将业务做到熟练(大班教学的时间也不允许)。由于无法顶岗实训,学生参与的大部分的实践环节无法达到管理岗位的高度。而一线员工的工作实践,学生也可以通过其他的暑期实践达到。

#### 4.1.3. 面临选择多,耐心不足

参加定制班的同学和同专业的其他同学一样,暑期也会参加旅游企业或其他企业的短期实习或者兼职。不同企业的待遇文化氛围,甚至不同行业的就业前景都让他们对于专业对口的工作开始有“审美疲劳”,希望能有更多的机会。现代社会的就业机会和岗位选择日趋多样化,应届毕业生在面对众多选择的时候无法潜心培养自己的专业技能而是先通过更换环境和公司来尝试匹配。这造成了无法在原企业达到晋升的时间,也失去了很多沉淀下来的机会。可是作为学校或者企业也无法对学生加以强求。

### 4.2. 企业方面

#### 4.2.1. 经验提升无法速成

在企业的上升机制中,员工需要有丰富的经验或者过硬的素质才能获得晋升。但是由于旅游从业人员流动率相对较高,所以基层培训工作重复。高级管理培训较少,对于新人也不适用。并且在实际工作中需要员工本人的积累才能有更好的效果,仅通过培训也无法速成。

#### 4.2.2. 单一班级资源相对不足

鉴于前文提到的人才流失率高,学生就业选择忠诚度低。企业的相对策略是拓展校企合作渠道,和多家学校建立定制班,每个定制班人数又有40人左右。这样分摊到每个定制班的每个同学身上的资源相对较少。无法达到校企合作初期的管理人才储备的需求。

#### 4.2.3. 校企合作深度不足

由于学校的招生方案与专业培养计划都有自己的目的和要求。与某一企业的合作,或者企业培训仅占很小部分学分,因此学生能够参与企业实训的时间也较少。对于学生自身的业绩影响不大,导致重视程度不够。

## 5. 应对建议

### 5.1. 缩短培养周期

由于企业面临的竞争日趋激烈, 知识迭代迅速, 人才培养的周期需要更短。因此对于学生的选择可以从大三开始, 集中培训和管理。本科教育大部分从三年级开始主攻专业课。虽然定制班的学分占比无法调整太多, 但是学生在短期内长时间的实践可以让技能的掌握更加熟练, 同时不影响学生在大一大二参加其他校级活动。周期缩短的同时可以与学校合作每年定期招收, 作为实习生的长期合作项目。在每年的实习生当中挑选优秀学员重点培养, 通过数量的优势达到质量的保证。

### 5.2. 增加学分设置

鉴于在企业的长期学习可以获得的理论和实际经验对于专业知识的掌握起到重要的影响, 可以增加相应的课程学分。学分设置也会使得学校、学生给予更多重视, 利于后期资源的投入保障。对于企业而言, 接纳的定制班生源周期性规律性也方便安排轮岗。这不仅能让后期管理更加规范, 也便于对此类定制班学生统一管理。形成规模化效应, 获得更好的效果。

### 5.3. 定制班模式层级制

鉴于企业培训要从一线升级到高级管理, 很多学者也有建议采用高端定制班的方式解决企业用人需求和学生忠诚度的问题。但是学校的培养方式毕竟是针对高等教育的普遍化方案, 无法专注为某一个企业单独培养。因此可以考虑定制班后期升级的方案。比如前期生源培训后选择部分单独培养, 集中资源。通过 20/80 原则选取部分学生升级高级班, 一方面能减少学生限制, 另一方面也能满足企业需求。

## 6. 总结

定制班的设置是现有校企合作的重点模式, 但是在实施过程中遇到的问题还有很多。现有的研究成果多为高职院校, 针对的是劳动密集型企业, 其中针对旅游企业的研究更少。问题主要来自于旅游企业、现代学生择业态度和目前校企合作模式方面的观点差异和需求矛盾。本文通过对于案例现状的具体分析, 对于未来定制班的规划给出了相应的建议, 通过缩短培养周期, 增加学分设置和定制班模式层级制的方式来优化现有方案, 也给其他院校的合作模式给予参考。

## 参考文献 (References)

- [1] 管庆智, 陈锡章, 王思敬. 试论中国特色的产学合作教育[J]. 中国高等教育, 1993(11): 31-33.
- [2] 余群英. 高职产学合作教育人才培养模式的变迁与解析[J]. 高教探索, 2007(5): 100-103.
- [3] 刘凯. 现代学徒制下高职院校职业指导体系的构建[J]. 教育与职业, 2016(20): 67-69.
- [4] 易新河, 文益民, 陈智勇. 我国校企合作研究二十年综述[J]. 高教论坛, 2014(2): 36-41.
- [5] 胡海青, 朱家德. 产学合作培养人才中企业集体行动困境分析[J]. 高等工程教育研究, 2011(1): 51-59.

**期刊投稿者将享受如下服务：**

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：[ces@hanspub.org](mailto:ces@hanspub.org)